

## **PROYECTO DE PROMOCIÓN**

### **PROGRAMA DE FERIAS INSTITUCIONALES Y MISIONES COMERCIALES 2008(18)**

#### **SIAL MERCOSUR 2008**

La Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), a través de Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria (ASERCA), consciente de que la estrategia más importante para mejorar los ingresos de los productores es incrementar su presencia en los mercados globales, implementando para ello acciones integrales para la promoción y certificación de productos agroalimentarios.

En virtud de lo anterior, mediante Acuerdo por el cual se establecen las Reglas de Operación de la SAGARPA, publicado el 31 de diciembre de 2007, se incluyeron los tipos de apoyo para la promoción de exportaciones y ferias, en el componente Desarrollo de Mercados del "Programa de Soporte", con el fin de orientar la producción a las demandas de los mercados nacional e internacionales.

Asimismo, y de acuerdo con lo establecido en el Reglamento Interior de la SAGARPA y el Manual de Operación de ASERCA, el Comité Técnico Nacional en sesión del 14 de abril de 2008, acordó llevar a cabo el otorgamiento de los apoyos del componente Desarrollo de Mercados, a través de la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones de ASERCA.

Lo anterior en apego al Programa Sectorial de Desarrollo Agropecuario y Pesquero 2007-2012, el cual considera: "impulsar campañas de promoción de productos genéricos con la participación de los Sistema Producto, para dar soporte a los esfuerzos de promoción individual que hacen las empresas y productores nacionales; inducir el enlace comercial entre los productores y los procesadores de productos primarios nacionales con las principales cadenas de tiendas distribuidoras, restaurantes y hoteles en el interior y en el exterior del país.; promover y coordinar la participación de organizaciones económicas de productores y empresas mexicanas en eventos y exhibiciones nacionales e internacionales especializadas en alimentos y bebidas, presentando una imagen de calidad, sanidad e inocuidad que consolide a México como un proveedor confiable de productos agroalimentarios; fomentar acciones que permitan integrar a un mayor número de productos al esquema de certificación México Calidad Suprema, así como a otros esquemas de certificación con reconocimiento mundial, que faciliten el acceso de los productos mexicanos a mercados internacionales; apoyar los requerimientos de los productores en temas específicos de capacitación y asesoría para facilitar su acceso a nuevos mercados; incentivar la participación de los productores en los mercados mediante el fortalecimiento de los Consejos de Promoción de las cadenas agroalimentarias y el desarrollo de campañas de promoción a nivel nacional e internacional; fomentar la creación de más y mejores canales de distribución que permitan al consumidor acceder a productos con precios competitivos y aumentar el margen de utilidad para el productor"; entre otras.

En este contexto, el propósito de ASERCA es lograr la integración del productor a los mercados nacional e internacional con productos de calidad; facilitar el acceso de los productos agroalimentarios y pesqueros mexicanos a dichos mercados, a través de apoyos para la promoción, a fin de hacerlos más competitivos; así como promover y desarrollar mercados en el extranjero, a través de la participación de la

Secretaría y los productores del sector agroalimentario y pesquero mexicano en exposiciones, eventos y misiones comerciales.

Es importante mencionar que el comercio agroalimentario de México presentó una tasa media anual de crecimiento del 9.9% de 2001 a 2005 en comparación al sexenio anterior cuando las exportaciones del sector crecieron a una tasa anual media del 5.2%. El crecimiento del sexenio pasado concuerda con el inicio del PROMOAGRO, asimismo, durante el 2006 que fue cuando se consolidó el programa, se autorizó el manejo y operación de los recursos para los eventos a través de ASERCA y se aumentó y diversificó el número de participaciones en exhibiciones tanto de nuevas empresas y productos como de nichos de mercado. Del 2005 al 2006 alcanzó un crecimiento del 20% en las exportaciones agroalimentarias y pesqueras mexicanas con el mundo, pasando de 10,631 millones de dólares en 2005 a 12,749 millones de dólares en 2006. (Cifras elaboradas por ASERCA con base en datos del Banco de México hasta noviembre de 2006)

Cabe señalar que la participación de los productores mexicanos a través de ASERCA en exhibiciones especializadas, permite entre otras cosas: diversificar mercados y tipos de productos que históricamente se han promocionado, evaluar y mejorar la calidad de sus productos y su presentación ante los productos de otros países que se reúnen en los recintos de exhibición, reconocer de forma práctica las demandas de otros mercados, las tendencias y las oportunidades de los productos agrícolas mexicanos y ampliar el número de beneficiarios de las cadenas productivas, permitiéndonos apoyar a un mayor número de productores del sector social, lo cual nos permite contribuir al propósito de hacer del campo mexicano, un modo de vida digno, al tiempo que tenemos "Más México en el Mundo".

Por ello, la participación de los productores agroalimentarios y pesqueros mexicanos en misiones comerciales, degustaciones, exposiciones y eventos nacionales e internacionales tiene importantes ventajas para:

- a) Algunos representan el primer paso para exportar;
- b) Otros la oportunidad de diversificar sus exportaciones;
- c) Muchos de ellos son el instrumento idóneo para consolidar mercados y posicionar sus productos;
- d) Identificar y evaluar a la competencia; y,
- e) Conocer las innovaciones tecnológicas en el sector (maquinaria, empaques, presentación, etc.).
- f) Que compradores potenciales tengan un acercamiento directo con sus productos, de tal manera que se propicie el inicio o la consolidación de una relación comercial.

De ésta forma, la prioridad es el desarrollo de actividades que permitan obtener mayores beneficios y ventajas para los productores mexicanos, en virtud de los nichos y ventanas de mercado identificados por las cinco Consejerías Agropecuarias de México en el Exterior.

## La Región MERCOSUR

MERCOSUR es un mercado común que comprende a dos de las economías más importantes de América Latina -Argentina y Brasil- más Paraguay, Uruguay y Venezuela. Aunque muy atractivo, -263 millones de personas- el mercado de productos agropecuarios es altamente competitivo: el comercio intra-regional es elevado y sus miembros son reconocidos mundialmente como grandes proveedores de productos agropecuarios (frutas, granos, ganado y oleaginosas); sin embargo, hay oportunidades interesantes en el sector de alimentos y bebidas, que ha recibido importantes flujos de inversión en los últimos años.

La tendencia de los consumidores es adquirir alimentos procesados y *fast food*; el número de comidas realizadas fuera de casa ha aumentado, cada vez más mujeres se integran al mercado laboral y en consecuencia ha crecido la demanda de alimentos congelados o listos para consumir. Se observa un creciente interés por los alimentos sanos y naturales o ecológicos.

En particular, Argentina, ha experimentado cuatro años de recuperación económica y tipo de cambio estable. El estimado de ventas de alimentos y bebidas en Argentina es de más de 17 mil millones de dólares. Argentina es un fuerte mercado importador en el sector de alimentos y bebidas.

Respecto a las importaciones de dichos productos, en 2007 se considera que alcanzará la cifra de 670 millones de dólares. Las preferencias de los consumidores se guían principalmente por los precios. Más del 70% de los productos importados se venden a través de hipermercados, supertiendas y supermercados.

La Consejería Agropecuaria de México para Centro América, ha detectado posibles nichos de mercado para productos como: aguacate, piña Golden, mango, naranjas, pomelos, banano dominico y productos orgánicos principalmente, pero también hay oportunidades para el limón, chile, pimienta, uva de mesa, mezcal, tequila y frutas congeladas.

La balanza comercial agroalimentaria y pesquera con la región es deficitaria para México, en 2006, las exportaciones a la región (sin considerar Venezuela) fueron por 18 millones de dólares, mientras que las exportaciones del MERCOSUR hacia México en el mismo período alcanzaron los 366 millones de dólares.

Con información de:

"SIAL MERCOSUR 2008" Sitio de Internet: [www.feriasalimentarias.com/main/oblea.asp?id\\_feria=200](http://www.feriasalimentarias.com/main/oblea.asp?id_feria=200)

[www.sialmercosur.com.ar](http://www.sialmercosur.com.ar)

Boletín de la OMC, en sitio del Ministerio de Relaciones Exteriores de Paraguay, 22 de mayo de 2006:

<http://www.mre.gov.py/paginas/boletines/omc/anteriores/boletin22520062.asp>

Consejería Agropecuaria de México para Centroamérica "Consideraciones para la Promoción y Fomento de las Exportaciones Agroalimentarias hacia América del Sur" Elaborado en Junio de 2007.

Coordinación General de Promoción y Fomento a las Exportaciones, "Balanza Agroalimentaria y Pesquera México-Mercosur". Documento de trabajo con cifras de "Commodity Trade Statistics Database", elaborado en septiembre de 2007 y con datos de la Unidad de Estudios Económicos de ASERCA.

Isabel Miranda "Agroindustrias Alimentarias del MERCOSUR" en sitio de la Confederación Uruguaya de Entidades Cooperativas:

<http://www.neticoop.org.uy/article462.html>

USDA Foreign Agricultural Service "Paraguay Exporters Guide" Report No. PA4004:

<http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200408/146107326.pdf>

USDA "USA Pavilion" Buenos Aires:

<http://www.fas.usda.gov/agexport/Whats%20Hot/2007/sialmercosur2007brochure.pdf>

## **Perfil de la feria**

SIAL es la feria de la industria de alimentos y bebidas de mayor reconocimiento a escala mundial. La forma de encontrar a los máximos exponentes de la industria alimenticia, juntos en un mismo lugar. SIAL es su gran oportunidad de generar nuevos negocios y de crear nuevos contactos.

SIAL MERCOSUR le propone una nueva cita, esta vez en Buenos Aires, abriendo la puerta a uno de los mercados regionales más importantes y de mayor desarrollo en los últimos 10 años. La industria alimenticia del MERCOSUR, sus socios y el resto de América Latina concurrirán a esta edición de la muestra profesional más reconocida del sector

SIAL MERCOSUR representa una oportunidad para toda empresa que quiera ingresar a una región de 250 millones de habitantes y donde el intercambio comercial entre sus miembros se ha incrementado de 4 mil millones a 18 mil millones de dólares en el transcurso de 4 años. SIAL Mercosur se realiza conjuntamente con las Jornadas de Supermercadismo Argentino organizadas por ASU, la Asociación de Supermercados Unidos, que asegura la presencia de visitantes profesionales del sector de la gran distribución de todo el Mercosur. "Sin lugar a dudas, estamos organizando lo que estamos seguros será el mayor evento del año del sector supermercadista, que junto a SIAL Mercosur, se convierte en la feria de la alimentación de Latinoamérica por excelencia" afirmó Alfredo Coto, Presidente de ASU.

Se esperan 22.000 visitantes, divididos en dos grandes segmentos: los visitantes locales que buscan nuevos productos y los del exterior que vienen en busca de la oferta alimenticia del Mercosur. Entre ellos tenemos a fabricantes, productores, importadores y exportadores, organismos y pabellones internacionales de productos alimenticios y bebidas originarios de Argentina, Mercosur, resto de América Latina y del Resto del Mundo. Exponen empresas de todo el mundo con el propósito de comercializar productos con el Mercosur.

## **Participación de ASERCA/SAGARPA en 2008.**

Esta será la primera ocasión en que ASERCA/SAGARPA a través de la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, otorgue apoyos para la participación de los productores mexicanos en este evento.

Sin embargo, en 2007 se apoyo a productores agroalimentarios para participar en el evento Alimentaria MERCOSUR en Buenos Aires, Argentina,

Para este evento se tiene contemplado apoyar como margen mínimo satisfactorio de participación 6 empresas del sector agroalimentario y como máximo a 8, para que promuevan su producto en dicho mercado.

## **Objetivo.**

El objetivo central del presente proyecto es unir los esfuerzos de los beneficiarios que suscriben y ASERCA, representado por la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, en una estrategia que les permita acceder con las mejores condiciones en cuanto a precio, calidad y oportunidad al

evento SIAL MERCOSUR 2008, con el objeto de promover y posicionar sus productos en dicho mercado, así como diversificar sus compradores y distribución.

## **SIAL MERCOSUR**

Como parte del presente proyecto y encaminados al cumplimiento del objetivo, los beneficiarios que se integran a él, por interés y voluntad propia, están de acuerdo en que ASERCA/SAGARPA, representada para los efectos del presente proyecto por el Titular de la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, lleve a cabo con el monto correspondiente al Apoyo Federal y conforme a las Reglas de Operación vigentes, lo siguientes:

**Espacio de exposición.**- ASERCA contratará con el Comité Organizador del evento 54m<sup>2</sup> de espacio en el cual se construirá el pabellón, acorde al diseño que resulte más adecuado para los productos a exhibir.

**Pabellón.**- ASERCA contratará los servicios para el diseño, construcción, montaje y desmontaje del Pabellón en el cual cada beneficiario contará con un módulo de exhibición con área de almacenaje, que de acuerdo a sus necesidades podrá contar o no con un refrigerador y charolas para colocar sus muestras; de forma visible, cada módulo portará el nombre de la empresa o de la marca comercial de cada beneficiario.

Como áreas comunes, el Pabellón contará con una cocina para la preparación de la degustación de los productos a exhibirse y un área de degustación. El pabellón se adecuará con gráficos, bodegas y pantallas de plasma para la proyección de los videos promocionales con los que cuente cada empresa; éstas serán distribuidas de acuerdo a las necesidades del pabellón en su conjunto.

Los posters, banners, anuncios, displays, calcomanías o cualquier decoración ya sea de pared o piso que las empresas coloquen en sus módulos, serán removidos si estos afectan la visibilidad o distorsionan la imagen total del Pabellón y se evaluará su acomodo en las áreas comunes, si esto último no fuera posible, se retirarán. Lo anterior está encaminado a tener un mayor impacto colectivo estando de acuerdo el expositor a presentarse de forma institucional como México.

**Gafetes.**- ASERCA proporcionará a los beneficiarios, dos gafetes por módulo de exhibición.

**Material promocional.**- ASERCA adquirirá material promocional de apoyo. Es importante resaltar que el material promocional llevará impreso el logo MEXBEST, que es la imagen con la que se manejan actualmente los pabellones mexicanos en el extranjero. ASERCA distribuirá el material entre los beneficiarios para que lo utilicen de acuerdo a sus necesidades.

**Envío de muestras.**- ASERCA contratará los servicios que se requieran para el envío y manejo de los productos que las empresas deseen presentar en la exhibición y aquellos que serán donados para las degustaciones. Es indispensable que la empresa cuente con producto disponible para exhibir durante el evento ya que ello refuerza el acercamiento y la negociación con posibles compradores e importadores. Para el presente evento las muestras se consolidarán en una Agencia Aduanal localizada en la Ciudad de México la cual se hará cargo del traslado de muestras al Centro de Exhibiciones y Convenciones de Buenos Aires, Argentina.

**Degustación.**- ASERCA contratará los servicios necesarios para la degustación de los productos en exhibición dentro del Pabellón de México.

**Otros.-** Como parte del proyecto ASERCA pagará todos aquellos gastos derivados del presente proyecto como impuestos, distribución de invitaciones, publicidad, transferencias bancarias y traducción de documentos.

Por su parte, todos aquellos que se adhieren al presente proyecto como beneficiarios del componente Desarrollo de Mercados del Programa de Soporte se comprometen a:

1. Que toda vez que entiende los alcances del presente convenio, manifiesta bajo protesta de decir verdad que los acepta y por voluntad propia estampa en él su firma.
2. Cada beneficiario declara bajo protesta de decir verdad que no cuenta con referencias negativas de participaciones previas en feria, eventos, exposiciones y/o misiones comerciales organizados por ASERCA, como son cancelación sin previo aviso, cancelación sin causa justificada o incumplimiento de los acuerdos establecidos; así como que no cuenta con referencias negativas como beneficiario de apoyos de cualquiera de los programas de la SAGARPA.
3. Enviar en tiempo y forma los documentos requeridos de conformidad a los requisitos y criterios de elegibilidad de la Reglas de Operación vigentes.
4. Cumplir con la agenda de actividades del evento y atender su espacio de exhibición.
5. Completar el formato de evaluación del proyecto con datos fidedignos.
6. Enviar invariablemente durante la primera semana posterior al evento, copia de los comprobantes que amparen su aportación como beneficiarios, por concepto de los gastos en que incurran para participar en el evento.
7. Informar sobre el avance de las negociaciones realizadas con los contactos establecidos en los eventos en que participe, cada seis meses y durante un año posterior al evento y facilitar al personal de la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, información para el seguimiento de los resultados obtenidos por su participación en la exposición.
8. Los beneficiarios del presente proyecto además de cumplir con los puntos anteriores, se comprometen a no generar referencias negativas por cancelación sin previo aviso, cancelación sin causa justificada o incumplimiento de los acuerdos.

Por este medio, manifiesto que por interés y voluntad propia, a nombre de la empresa que represento estoy de acuerdo en tomar parte del proyecto "SIAL MERCOSUR 2008" y que estoy de acuerdo con lo que en él se establece, incluyendo que ASERCA/SAGARPA, representada para los efectos del presente proyecto por el

Titular de la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, me otorgue los apoyos conforme a las Reglas de Operación vigentes y a cumplir con los compromisos adquiridos.

Por ASERCA.

Nombre:

Firma:

Cargo:

Los BENEFICIARIOS.

Empresa:

Representante Legal:

Firma:

-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----